

## **La dignidad de la persona humana como principio integrador de las disciplinas propias de las Ciencias de la Comunicación**

El presente documento busca reflexionar, en el marco de la concepción de la integración de los saberes, respecto de las ciencias y disciplinas en las que centramos nuestra experiencia académica en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

La dimensión humana de la comunicación atraviesa toda nuestra visión de la ciencia, con una concepción que ubica al ejercicio de la profesión como servicio en el plano social, como vocación al bien común en el orden político y como búsqueda incansable de la verdad en el ámbito espiritual.

El texto que sigue es un punto de partida, un primer trabajo con diversos actores de la Unidad Académica.

Por eso, se podrán apreciar en él aportes del claustro docente, que ha sabido interpretar la importancia de incluir en cada asignatura los principios que guían la reflexión sobre la comunicación; la colaboración del Lic. Jorge Héctor Razul en las cuestiones filosóficas en relación a la verdad; una reflexión en el Consejo Académico de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en donde también está representado el claustro de estudiantes.

Todos esos aportes fueron realizados en reuniones informales, en conceptualizaciones críticas sobre la comunicación en general, sobre la profesión del comunicador y sus incidencias sobre la verdad. De esos cimientos intelectuales está hecha la síntesis que se leerá a continuación.

La búsqueda de la verdad es el objeto de las artes de la comunicación, y por eso entendemos la profesión como un servicio del hombre para el hombre y su comunidad: entender y explicar los procesos culturales,

interpretar el tiempo que vivimos y sus principales rasgos, develar modas y tendencias vacías del mercado y las industrias mediáticas y culturales para darle la verdadera dimensión a la experiencia de la comunicación: un derecho, un deber y una búsqueda que sólo descansa en la contemplación de lo verdadero.

Esta es la síntesis de lo que guía el esfuerzo de esta comunidad académica.

Por eso nos dedicamos al universo de las comunicaciones y sus expresiones específicas: el periodismo, la comunicación en organizaciones sociales y de gobierno, las políticas públicas de comunicación, la publicidad, las tecnologías, el análisis de discursos y de los signos, el arte y la belleza del decir y de las cosas.

La comunicación, la contingencia y lo permanente

La Escuela de Ciencias de la Comunicación concibe a la comunicación como parte inescindible de la persona humana, que contribuye a la consecución de una de las formas de la felicidad, que solo se concreta en un bien del alma: la verdad. Verdad como realización de las potencias del entendimiento, como goce de la razón y del espíritu.

La búsqueda de la verdad es el objeto de las artes de la comunicación y por eso entendemos la profesión como un servicio del hombre para el hombre y su comunidad.

Entender y explicar los procesos culturales, interpretar el tiempo que vivimos y sus principales rasgos, develar modas y tendencias vacías del mercado y las industrias mediáticas y culturales para darle la verdadera dimensión a la experiencia de la comunicación son un derecho, un deber y una búsqueda que sólo descansa en la contemplación de lo verdadero.

Esta es la síntesis de lo que guía el esfuerzo de esta comunidad académica.

Por eso nos dedicamos al universo de las comunicaciones y sus expresiones específicas: el periodismo, la comunicación en organizaciones sociales y de gobierno, las políticas públicas de comunicación, la publicidad, las tecnologías, el análisis de discursos y de los signos, el arte y la belleza del decir y de las cosas.

Comunicar no es una tecnología, no es una técnica, no es solamente un arte.

Suele confundirse a la comunicación con la prensa. Parte de esa confusión es relatar su historia como un recorrido sobre los hitos del periodismo; y, si bien el poder y la libertad son dimensiones insoslayables de toda política de comunicación, la suma de debates sobre los vaivenes históricos que, en ocasión de diferentes gobiernos, políticas, regulaciones, proscripciones y enredos empresariales, ha sufrido la disciplina tampoco es lo que define la sustancia de lo comunicacional.

Hablar de comunicación no es referirse a la actualidad, porque eso es apenas una discusión contingente.

A mediados del siglo XX, por ejemplo, se preguntaban si la radio y la televisión harían desaparecer al cine; un siglo después, el Y2K profetizaba un cataclismo informático; y hoy se encienden todas las alarmas de la industria mediática por los cambios en los consumos de las audiencias o la caída de modelos de negocio que antes se pensaban inexpugnables y que hoy están desapareciendo, no en un estallido, sino en un suspiro.

Restringir nuestra concepción de la comunicación a esto es vano, pues no permanecerá.

Ahora bien, no está tan claro que hayamos podido dar respuesta a la cuestión de la comunicación como principio humano, entendiendo que es una perfección de la persona, que le es suya por antonomasia.

Por ello, como Universidad debemos ubicarnos en este ámbito, en el debate urgente por el Hombre, en un mundo que lo atraviesa de signos, de impulsos eléctricos, de ruidos y de colores brillantes.

El objeto de la reflexión que sigue, que se compone de los aportes de diferentes claustros, de profesionales y de referentes de la comunicación, es entender la comunicación como realización de la persona humana y de la sociedad.

Esta doble perfección responde a su dimensión humanística, pues -como veremos- enmarcamos la disciplina dentro del movimiento hacia la realización del hombre en la búsqueda de la verdad; y en la dimensión política, entendida esta como el ordenamiento social en procura del bien común, en el que la comunicación configura un servicio público, y no el simple ejercicio de informar.

Así, el aspecto esencial de la comunicación centra su importancia en el hombre y su comunidad, más allá de toda actualidad contingente.

Lic. Fabrizio Zotta  
Director  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

## La comunicación, la persona humana y su dignidad

“La comunicación que sirve genuinamente [...] busca el bienestar y la realización de los miembros de la comunidad dentro del respeto al bien común de todos. Pero para discernir este bien común se requieren la consulta y el diálogo. Por esta razón, es imprescindible que las partes implicadas en la comunicación social se comprometan en dicho diálogo y acepten la verdad sobre lo que es bueno. De este modo los medios de comunicación pueden cumplir su deber de atestiguar la verdad sobre la vida, sobre la dignidad humana, sobre el verdadero sentido de nuestra libertad y mutua interdependencia”<sup>85</sup>.

La verdad se relaciona directamente con la teleología de la persona humana hacia su finalidad natural.

En el movimiento del espíritu hacia la Revelación, la cuestión de la verdad se presenta como una búsqueda, una tensión permanente del sujeto de la cultura, que excede el simple ejercicio de una profesión relacionada con las artes de la información.

Más que eso, la verdad se percibe como vocación, como un llamado hacia una finalidad que trasciende el plano social y cultural y se inserta en el propio destino de la persona humana: la realización de su destino final en la semejanza con su Creador.

El hombre, en cuanto persona, está ordenado a un orden moral, cuyo fundamento es la verdad y, en tal sentido, su búsqueda es una necesidad espiritual, más allá de un derecho y un deber en cuanto objeto de derecho en el orden temporal.

De acuerdo a lo que expresa Fray Dr. Aníbal Fosbery en su obra *La Cultura Católica*:

---

<sup>85</sup> Juan Pablo II, Mensaje para la XXXIII Jornada mundial de las comunicaciones sociales, Roma, 1999.

“Cuando, desde la cultura católica el hombre-persona opera en orden a conseguir una finalidad natural, produce un conjunto de relaciones morales como consecuencia de la ordenación natural de esos actos respecto de Dios, de sí mismo, del mundo y de la vida social”.<sup>86</sup>

En el orden moral, que es consecuencia de su finalidad natural, la persona se constituye en sujeto y objeto de la propia cultura. La verdad en este contexto no es solamente un ejercicio de la lógica aplicado a la información, sino un llamado hacia la dignidad de la persona.

Dignidad como sujeto de comunicación y, también, como su objeto, dado que la participación, la horizontalidad y la igualdad en dignidad son parte constitutivas en todo proceso de comunicación.

En su variable negativa, la verdad no es aquello que es percibido por la época en términos de consenso. Es algo más que lo que los actores de determinado tiempo consideran como verdadero.

En este punto, Santo Tomás aclara la cuestión de la verdad en la *Suma Teológica*:

“[...] se dice que las cosas son verdaderas por asemejarse a la imagen de las especies que hay en la mente divina. Ejemplo: se dice que una piedra es verdadera piedra cuando posee la naturaleza propia de la piedra, según la concepción previa existente en el entendimiento divino. Por lo tanto, la verdad principalmente está en el entendimiento; secundariamente está en las cosas en cuanto que se relacionan con el entendimiento como principio”<sup>87</sup>.

---

<sup>86</sup> FOSBERY, A. E. La Cultura Católica, Ed. Tierra Media, Buenos Aires, p. 316.

<sup>87</sup> S. Th. I, q. 16, a 1, c.

La dimensión de lo verdadero, entonces, responde a que la verdad es la semejanza total con el principio y su búsqueda es una tensión natural en la persona humana.

Entonces, podemos afirmar que en la Escuela de Ciencias de la Comunicación la verdad se entiende como vocación y como misión.

En un primer sentido, decimos vocación porque es un llamado a la perfección personal en el ejercicio de la comunicación de la verdad. Se convoca a nuestra última realización en la comunicación de aquello que anhelamos, la verdad.

En un segundo sentido, se entiende como misión en cuanto se envía a los comunicadores a contribuir en la perfección de los hombres y de toda la sociedad de modo que facilite la convivencia humana y posibilite alcanzar a los hombres un destino sobrenatural.

Estas disciplinas deben contribuir a la realización de una sociedad en la que el Bien Común se acreciente por un conocimiento más pleno y continuo de la realidad que vive, de manera tal que contribuya a un adecuado progreso. En tal sentido, el Concilio Vaticano II expresa:

*“Es especialmente necesario que todos los interesados se formen una recta conciencia sobre el uso de estos medios, sobre todo en lo tocante a algunas cuestiones más duramente debatidas en nuestros días. La primera cuestión se refiere a la llamada información, es decir, a la búsqueda y divulgación de noticias. Es evidente que, a causa del progreso de la sociedad humana actual y de los vínculos más estrechos entre sus miembros, resulta muy útil y la mayor parte de las veces necesaria; en efecto, la comunicación pública y oportuna de los acontecimientos y de los asuntos ofrece a los individuos un conocimiento más pleno y continuo de estos, contribuyendo así eficazmente al bien común y promoviendo más fácilmente el desarrollo progresivo de toda la sociedad civil. Por consiguiente, existe en la sociedad humana el derecho a la información sobre cuanto afecte a los hombres individual o*

*socialmente considerados y según las circunstancias de cada cual*".<sup>88</sup>

La importancia de la tarea y misión de los comunicadores sociales en orden a la formación de las conciencias y, por ende, al destino de salvación de los hombres ya fue expresada por Pablo VI en la primera Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales:

"Cuanto más grandes, por lo tanto, son la potencia y la eficacia ambivalente de estos medios, tanto más atento y responsable debe ser el uso de los mismos. Por eso nos dirigimos con sentimientos de estima y de amistad — seguros de interpretar las esperanzas y las ansias de todas las personas rectas— a todos aquellos que dedican ingenio y actividad a este delicado e importante sector de la vida moderna, en el deseo de que el noble servicio que están llamados a ofrecer a sus hermanos, esté siempre a la altura de una misión que los hace intermediarios —y casi maestros y guías— entre la verdad y el público, las realidades del mundo exterior y la intimidad de las conciencias".<sup>89</sup>

Nuestro arte es la comunicación. Y la entendemos como la búsqueda constante de la verdad ordenada en el Bien.

La comunicación es servicio, es una dinámica permanente que alterna roles de productor-consumidor<sup>90</sup> de contenidos comunicacionales y que tiene la posibilidad de igualar a las personas en su dignidad, pues bien entendida apunta al crecimiento espiritual del hombre:

"Al reflexionar en los medios de comunicación social, debemos afrontar honradamente la cuestión 'más esencial'

---

<sup>88</sup> CONCILIO VATICANO II, Decreto Inter Mirifica N°5, 1963.

<sup>89</sup> Mensaje Pablo VI, 1ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, "Los Medios de Comunicación Social". Roma, 1967.

<sup>90</sup> *Prosumer* "es un acrónimo inglés acuñado por el escritor Alvin Toffler y fue ampliamente incorporado al discurso de la academia en temas de comunicación



que plantea el progreso tecnológico: si, gracias a él, la persona humana 'se hace' de veras mejor, es decir, más madura espiritualmente, más consciente de la dignidad de su humanidad, más responsable, más abierto a los demás, particularmente a los más necesitados y a los más débiles, más disponible a dar y prestar ayuda a todos"<sup>91</sup>.

En este sentido entendemos la integración de los saberes dentro del contexto de la Escuela de Ciencias de la Comunicación: la búsqueda de la verdad atraviesa a todas las ramas de la ciencia, porque es inherente a la dimensión espiritual de la persona y también a las competencias profesionales de un comunicador social.

La permanente atención a la verdad se plasma en la honestidad intelectual, en la necesaria veracidad, en el apego al dato, en rechazar la vacía especulación.

Se verifica, además, en la cláusula de conciencia, en el contrapeso republicano, en el derecho a informar y ser informado.

Todos esos aspectos son iluminados por una verdad cuyo fundamento excede la coyuntura, el consenso temporal.

Es en orden a una verdad teleológica en donde se puede concebir una comunicación que sirve genuinamente a la comunidad y que iguala la dignidad de las personas implicadas en un diálogo para que acepten la verdad sobre lo que es bueno.

### **La dimensión antropológica**

La verdad como perfección de la naturaleza humana

Como manifestábamos anteriormente, no podemos reducir la verdad a lo que se considera verdadero en una época histórica.

---

<sup>91</sup> Juan Pablo II, *Redemptor hominis*, 15.

Ni es suficiente reflexionar sobre la veracidad, como criterio informativo.

La cuestión de la verdad está intrínsecamente ligada al entendimiento humano. Santo Tomás planteaba la cuestión en relación a la noción de bien y de fin: lo verdadero es adecuación a la finalidad de lo humano y es perfección del intelecto.

Si consideramos esto último como una potencia de la persona humana, concluiremos que el desarrollo hacia su actualización perfecciona su naturaleza.

En ese sentido, Cruz González-Ayesta, sostiene que

“La verdad, objeto del entendimiento, al estar ordenada a la voluntad es amable, es decir, tiene carácter de fin y de bien [...] La verdad es sin duda la perfección de una potencia, el intelecto.”<sup>92</sup>

Esto nos pone frente al tema central de nuestra concepción de la verdad: ¿hay algo verdadero o todo es puro contexto, puro consenso histórico? Desde el punto de vista de la profesión, la búsqueda de la verdad es una premisa moral, como lo es también desde la filosofía.

Esto implica una disposición para su búsqueda y la aplicación de un criterio, es decir, el intelecto debe tener algo previo al conocimiento, que permita una cabal adecuación a la realidad.

Esto no significa que no pueda haber un componente subjetivo, no determina la desaparición de la subjetividad, incluso –por ejemplo en el caso del periodismo– es deseable que eso no suceda.

---

<sup>92</sup> Es la dimensión de la “judicatura”, que explica Santo Tomás de Aquino. Cfr. GONZALEZ-AYESTA, Cruz, *Op. cit.* p.39.

También necesitamos de la interpretación, de la explicación, de la mediación del lenguaje y del componente profesional individual de la persona.

En tal sentido, es esperable buscar en el profesional su propia expresión, su pensamiento ordenado a la búsqueda constante de certezas que permita el descanso del espíritu en la obtención del bien que le corresponde.

Es por esto que desde la Escuela de Ciencias de la Comunicación nos proponemos que nuestros alumnos adquieran un hábito: el de la ciencia, el del conocimiento, el de la pregunta, el de la curiosidad en orden a formar su entendimiento, como llamado (vocación) de búsqueda constante y perenne de la verdad, del bien público y, también, de la belleza, porque

“Lo bello es lo mismo que el bien con la sola diferencia de razón. En efecto, siendo el bien lo que apetecen todas las cosas, es de la razón del bien que en él descanse el apetito [...] Y así queda claro que la belleza añade al bien cierto orden a la facultad cognoscitiva, de manera que se llama bien a lo que agrada en absoluto al apetito, y bello a aquello cuya sola aprehensión agrada”.<sup>93</sup>

La belleza y el bien deben ser búsquedas constantes del comunicador.

Así como la noción de verdad supone una perfección del ejercicio de informar, la belleza y el bien deben contrarrestar el apetito voraz del dato, muchas veces irrelevante, el deseo de tenerlo todo en términos intelectuales.

Esto solo puede aquietarse con el deleite de lo que hace bien.

En definitiva, el rol de la comunicación no puede entenderse sino como un servicio que iguala a las

---

<sup>93</sup> S. Th. I-IIae, q. 27.

personas en dignidad, ya que es una perfección de su naturaleza.

El acceso a la información, la libertad de pensamiento y expresión, la posibilidad del uso de la propia voz, ya sea en niveles masivos, grupales o interpersonales, son derechos irrenunciables de toda persona.

### **Algunas posturas erróneas**

#### ***El relativismo y el subjetivismo como rasgos de la época***

Si, como afirmábamos anteriormente, consideramos verdadero aquello que es aceptado en un tiempo, en una cultura, o en determinados regímenes, o ciclos culturales estamos frente al historicismo, que hace depender la validez de un conocimiento a una circunstancia histórica o al propio sujeto que conoce.

Este historicismo es un modo de relativismo que hace todo valor o verdad a la época histórica en la que sostiene y de la cual depende su vigencia. Por lo tanto, puede ser verdadero aquello que se acepte como verdadero, sin importar fundamentos, principios o argumentos.

En el mismo sentido, el subjetivismo que se presenta como la primacía del sujeto sobre el mundo, es la afirmación de un criterio solipsista del mundo.

Negar la participación de la historia o del sujeto en la formación de una cultura sería tan reduccionista como la elección contraria.

Es por eso que entendemos el mundo de la creación y los procesos de conocimiento que se producen en los sujetos como insertos en un tiempo. Entre otros, ese es uno de los fundamentos gnoseológicos de la semiótica y de diversas teorías de la comunicación.

El sujeto puede equivocarse o nublar su juicio. Es por eso que, más allá de los mensajes resultantes, el foco debe estar puesto en la honestidad intelectual, la veracidad en la información y el recto y responsable uso de las herramientas de búsqueda y difusión. En el terreno de la opinión, el juicio para formarlas y la conciencia de la necesidad de una contribución al bien común son los ejes de la discusión, ya que una opinión no es susceptible de criterios de veracidad, pero sí de responsabilidad.

### ***La primacía del éxito como lógica de consumo en los medios masivos***

Los medios masivos de comunicación son una industria. Ya nadie puede continuar –por estéril– un debate sobre esa condición.

El mercado, el negocio, la acumulación de riquezas están asociados a un modelo de producción, sin el cual un medio no subsiste. Sin embargo, el debate no puede estar basado en discutir la industria, sino en el rechazo de la noción de éxito como equivalente a la visibilidad o al impacto.

La producción de formatos, contenidos y productos masivos no está necesariamente reñida con la transmisión de valores, aún en un contexto de producción industrial, con un modelo basado en el negocio.

### ***Los vicios: la desinformación, el rumor, la falsificación y la mentira***

El uso voluntario de los vicios de la comunicación es una herramienta frecuentemente considerada como estratégica para lograr desvíos, distorsión y desinformación.

Esta concepción no es aceptable para nosotros, dado que nunca puede justificarse un medio incorrecto, ni aún en relación a un fin correcto. La cuestión de la

objetividad ha sido ampliamente debatida y, en muchos casos, se ha dicho que es una discusión perimida.

Sin embargo, aún con herramientas que no pueden considerarse objetivas, como la lengua, por ejemplo, el hombre puede tener el deseo de objetividad, poniendo su honestidad metodológica al servicio del bien común.

Esto significa no falsear ni modificar los hechos de manera deliberada, consciente y malintencionadamente.

## **Glosario**

**ACCIÓN:** acto u operación de un agente que recae sobre otro ente.

**BELLEZA:** aquello que genera placer sensorial, intelectual o espiritual.

**BIEN:** en sentido ontológico designa el trascendental por el cual todo ser tiene una cierta perfección capaz de atraer un apetito (es apetecible); en sentido moral, designa la recta ordenación de un acto humano hacia el fin último del hombre.

**CAUSA:** principio real de un ente; aquello de lo cual un efecto depende en su ser o en su hacer. Se distinguen 5 tipos: material, formal, ejemplar, eficiente y final.

**CIENCIA:** conocimiento cierto y evidente de las cosas por sus causas (definición de origen aristotélico); conjunto de conocimientos metódicamente adquiridos y sistemáticamente organizados (definición moderna).

**CIRCUNSTANCIAS:** elementos accidentales que rodean un acto humano y que contribuyen, como fuentes, para determinar su moralidad.

**CONOCIMIENTO:** acto por el cual un sujeto aprehende un objeto; puede ser sensible o intelectual.

**CONTINGENTE:** que existe pero podría no existir; opuesto a necesario.

**DESINFORMACIÓN:** refiere no solamente a la falta de información, sino a la operación intencionada de brindar información errónea.

**DIGNIDAD:** lo que tiene valor en sí mismo.

**DONES (del Espíritu Santo):** disposiciones de las potencias del alma de carácter sobrenatural y permanente por las que el hombre puede seguir con facilidad y alegría los impulsos del Espíritu Santo.

ENTE: el que realiza el acto de ser, todo lo que existe o puede existir.

ESENCIA: lo que hace que un ente sea lo que es.

FIN: aquello en vistas de lo cual algo se hace.

FORTALEZA: virtud cardinal moral que ordena al apetito irascible.

HÁBITO: cualidad relativamente estable que dispone en el ser o en el obrar.

IDENTIDAD: 1. Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. 2. Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás.

INSPIRACIÓN: 1. Acción y efecto de inspirar o inspirarse. 2. Ilustración o movimiento sobrenatural que Dios comunica a la criatura. 3. Efecto de sentir en el escritor, el orador o el artista el singular y eficaz estímulo que le hace producir espontáneamente y como sin esfuerzo. [Estímulo que anima la labor creadora en el arte o la ciencia.]

IMPUTABILIDAD: atribución del acto moral a su autor; juicio en el que se atribuye a un agente el haber realizado u omitido un acto moral y, por ello, se le asigna una calificación.

INCLINACIÓN: tendencia hacia algo.

INDIVIDUO: lo indiviso con respecto a sí mismo y dividido con respecto a los demás (así todos los seres vivos son individuos).

INMATERIAL: lo que no tiene materia (así el espíritu es inmaterial).

INTELECTO (o INTELIGENCIA o ENTENDIMIENTO): facultad de conocimiento capaz de conocer la esencia de las cosas.



**INTENCIÓN:** acto de la voluntad por la cual se dispone a tender a un fin.

**JUSTICIA:** virtud cardinal moral por la cual se tiende a dar a cada cual lo que le corresponde.

**LEY:** ordenación de la razón práctica en vistas al bien común, promulgada por aquel que tiene la autoridad.

**MENTIRA:** afirmación contraria a lo que se sabe, o se piensa. Contiene una dimensión moral porque implica una conciencia en la formulación falsa, por eso se separa del involuntario error del juicio.

**MISIÓN:** 1. Acción de enviar. 2. Poder, facultad que se da a alguien de ir a desempeñar algún cometido. 3. Comisión temporal dada por un Gobierno a un diplomático o agente especial para determinado fin.

**NORMA:** regla o medida del actuar.

**PARADIGMA:** 1. Ejemplo o ejemplar. 2. Cada uno de los esquemas formales en que se organizan las palabras nominales y verbales para sus respectivas flexiones.

**PERFECCIÓN:** el mayor grado posible de bondad o excelencia en su orden.

**PERSONA:** sustancia individual de naturaleza racional.

**PRINCIPIO:** aquello a partir de lo cual algo se origina (una causa es un principio real).

**REALISMO:** postura gnoseológica (referida al conocimiento) que admite la existencia y cognoscibilidad de los entes reales.

**RESPONSABILIDAD:** propiedad por la cual el hombre está obligado a responder por sus actos (se distingue la responsabilidad jurídica de la moral).

VERDAD: en sentido ontológico designa el trascendental por el que todas las cosas son inteligibles. En sentido lógico, señala la adecuación o conformidad entre la verdad de una cosa y el entendimiento que la comprende (se opone a la falsedad). En sentido moral, hace referencia a la adecuación entre lo que se dice y lo que se piensa, sabe o siente (se opone a la mentira).

VIRTUD: hábito operativo bueno.